中国舞视频在海外受众的审美与认知分析——基于反应视频分析

张子依
（北京印刷学院，北京　102600）

【摘要】“国风”热潮涌起，以中国舞为主要题材的影视综艺相继在国内推出，不仅在国内引发热烈反响，并受到喜爱中国元素的海外观众的关注，海外观众对中国舞对理解被拍摄成 reaction 视频（即“反应视频”）上传网络，记录下对中国舞蹈的认知与审美。然而，不同语境下对中国舞对理解不同，受传双方在跨文化传播中的符号传递会发生文化差异的隔阂，折射出审美文化、东西差异、身份认同建构、社交媒体谜因等多重话题讨论。本文以外国人看中国舞的反应视频作为研究对象，结合知识图谱分析与文本分析法，从内容路径予以阐释：采用范畴化编码提炼出“视觉艺术”、“文化误读”、“数字影像”三个主要类别，并从理论上赋予其满足海外受众的依据。最后，技术与内容的融合形成了具备“融合编舞”、“他者说舞”和“沉浸赏舞”的策略建议，以便利用中国舞的方式讲好中国故事，传播中国声音。

【关键词】中国舞；跨文化传播；反应视频；知识图谱

一、问题提出

习近平总书记在党的第二十次全国代表大会上明确今后中国文化工作方向，实现中华文化的伟大复兴“要繁荣发展文化事业和文化产业，推出更多增强人民精神力量的优秀作品”，强调要增强中华文明传播力影响力，“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界”[1]。中国舞的建设历程几乎与新中国的诞生同步，是伟大的中华文化一部分。中国舞也是民族文化的肢体艺术，是中华文化的传播媒介在历史文化传承与交流表达中，具有举足轻重的作用。自发生，中国舞没有停止过对外传播，舞蹈界也不断开展中国舞对外传播中华文化的研讨活动，例如芭蕾版“红色娘子军”。作品展演从剧场到影视，再到草根自媒体，中国舞艺术家与学者不断探索着突破文化差异、理解鸿沟等跨文化传播的各种问题，可见中国舞对外传播一直是跨文化传播和舞蹈传播的重要研究部分。

随着新媒体技术的普及，中国舞的传播形式不再局限于剧场舞台，AI、动作捕捉、全息技术的使用，使中国舞舞者称为虚拟世界的舞者，在数字技术搭建的舞台中起舞，这种以舞蹈影像在海内外广泛传播。例如虚拟与实景结合的《舞千年》，及穿插摄像变速技术拍摄的《舞蹈风暴》无不使中国舞的叙事内容与场景更加沉浸和科技，让世界看到了中国舞传播的技术革新。海外博主通过反应视频的

[1]《习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》https://www.zysy.org.cn/article/4AD3dB89Iay

方式记录下看中国舞的第一反应，体现了多元文化的融合与碰撞，在跨文化传播中，探究中国舞视频对海外受众认知的传播效果起到重要的参考作用。

反应视频（reaction video）是近年来网络中流行的一种新型短视频类型，记录自己在观看某些特定事物（件）时所表现出来的各种反应，[2]具有极大的即时性、参与性、交互性和反馈性，评价内容也包含用户的认知和情感，提升了用户观看中国舞的参与度与活跃度，由于中国舞的内容呈现是时间性的，实时的受众微表情，副语言反应真实的表情，对未来中国舞对外传播把握受众喜好更具有参考价值。同时，反应视频博主的意见具有宣传作用，对观众的认知、审美具有刺激性，激起观众对原片的观看兴趣，反应视频会影响观众看中国舞的意见倾向。然而，由于中西方文化存在差异，海外观众与中国观众的欣赏角度显然不同。从外国人看中国舞的热门反应视频来看，源于历史典故的配件细节、中国舞编导的编创全部意涵，以及中国舞舞者所表达独特的情绪并未被海外受众发现和理解。

鉴于此，本文结合 CiteSpace 知识图谱分析，刻画 2020-2022 年上半年海外受众对中国舞视频的关注热点与主要反映趋势，在详细阅读经典文献基础上，从跨文化传播研究常用的要素类型、研究方法及研究内容等方面重点对海外受众反应视频的数据收集主要涵盖下列几个方面：1、外国受众观看中国舞视频时的微表情是什么？2、海外受众观看中国舞的评价是什么 2、海外观众喜欢何种类型中国的舞蹈？3、将喜爱顺序进行排序？5、博主所了解中国舞与自身理解的不同之处有哪些？提取原因。从整体和个体网络进行梳理分析，以期把握整体传播逻辑和变迁路径，为中国舞跨文化传播研究及应用实践提供参考。

二、研究设计

（一）数据来源

本研究选取了 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 1 日期间，来自海内外各大视频社交网站关于外国人看中国舞的 reaction 视频作为分析对象。分析单位是与中国舞相关的每一支视频。为了尽可能优化数据的覆盖率和精准度，在数据挖掘过程中，本文运用逻辑连接词“or”“and”设 定了和中国舞相关的关键词链，共计 5 个词，通过组合检索 ，共获取视频 136 支，经过剔除与研究主题不符的样本，及搬运、转载的重复样本，最终得到有效样本 83 支。

（二）研究方法与样本选取

知识图谱通过融合图形学、信息科学等学科的理论方法，将文献信息可视化与序列化处理相结 合，能够刻画某研究领域的动态发展规律，并准确揭示知识群或知识单元间的复杂关系，有效解决了 传统文献分析工作量大、文献筛选困难等问题，具有科学、简便、全面等优点，是目前文献计量分析领 域应用广泛的前沿方法 [3]。 同时，利用集大数据技术和人工智 能算法为一体的文本大数据挖掘与分析

[2] 叶许婕,赵宇翔,张轩慧.Reaction 视频的用户弹幕评论行为生成机制探索——基于认知-情感系统理论[J/OL].数据分析与知识发现:1-19[2022-11-29].

[3] 陈 刚 强 ，刘 沛 林 ，李 映 辉 ，等 .《 经 济 地 理 》创 刊 以 来 的 知 识 溢 出特征与变化[J]. 经济地理，2020，

平台（ DiVoM- iner）（DiVoMiner®是一个基于云计算的数据挖掘平台，以内容分析法为设计核心，利用机器学 习及人工校正编码方式，以人机结合的研究方法， 在线完成内容分析法的全部流程），完成了本研究中的文本数据挖掘与处理工作。 在此基础上，对数据结果和重点样本进行人工分析和解读，归纳总结出中国舞在海外观众认知中呈现的规律。

三、主要研究结果和分析

一、总体研究概括

平台	视频量（支）
YouTube	46
Bilibili	15
抖音	20
TikTok	2

视频发布数量一定程度上体现某平台话题领域受欢迎情况，主要发布平台的类型可反应该话题的侧重点和主要方向。（表 1）

注：数据统计首发平台视频数量，搬运、转载不作为统计范畴

从视频发布数量来看，该话题的相关视频主要发布在 YouTube 和 Bilibili 视频网站，一共发布 66 支相关视频。其中 YouTube（46 支）发布的相关视频最多， 占总视频数量的 55.4%，是该话题的传播平台，多为喜爱中华文化的外国人拍摄；其次是抖音（20 支）和哔哩哔哩视频网站（15 支），抖音是国内主要短视频平台，其中多为海外中国人邀请外国人朋友一起拍摄，以及在华外国人因兴趣拍摄，占总视频数量的 18. 1%；哔哩哔哩首推 2021 年中国舞蹈综艺《舞千年》，由此延伸出与在华外国人合作拍摄此主题 reaction 视频，成为该话题的主要传播平台，占总视频数量的 24. 0%；最后是 TikTok（2 支），均为热爱中华文化的外国人拍摄。可见 reaction 视频类型主要发展平台在海外主流视频社交媒体和国内年轻长视频社交网站，国内紧跟 reaction 热潮，在抖音和哔哩哔哩平台中“外国人 reaction”共约 18 个。而国内是中国舞的原生地，视频资源丰富，在外国人经常浏览的社交媒体中产生中国舞赏析 reaction 视频，因此呈现出中华文化在海外平台碰撞的特点。

二、关键词分析

40(2):1 - 12.

关键词是内容的高度凝结，其频次与突现强度可反应某类型话题的热点议题及发展趋势。4运用 DiVoM- iner 软件生成动作反应关键词共现图谱（图 1）与评价关键词共现图谱（图 2），并相应提取出动作反应高频关键词（表 2）和评价高频关键词（表 3）。

如图 1 和表 2 所示，“欣赏”是外国人看中国舞反应视频中动作反应关键词共现图谱中最大的一个节点，出现频次为 67 次，其次为“惊叹”“好奇”“着迷”“敬佩”“分析”等，出现频次在 20 次以上。这些关键词是目前外国人关注中国舞的反应热点动作，涉及方向主要在对中国舞作品的欣赏与赞美。视频中，他们几乎没有较夸张的反应动作，多表现为安安静静欣赏舞蹈画面，目不转睛的表情，精彩部分会张开嘴巴表示惊讶，其中，外国人在观看新疆舞、蒙古舞等民族民间舞时，会对特色舞蹈动作进行模仿，例如动脖子、抖肩膀等；也会对节拍清晰、节奏欢快的音乐所打动。



图 1 动作反应关键词共现图谱

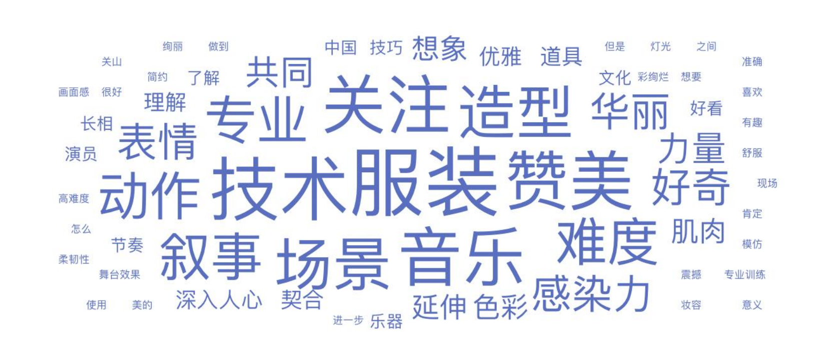


图 2 评价反应关键词共现图谱

如图 2 和表 3 所示，“服装好看”是外国人对中国舞反应视频评价关键词共现图谱中最大的节点，出现频次为 43 次，其次为“视觉技术”“场景搭建”“造型”“音乐”“专业难度”等，出现频次都在 22 以上。根据外国人即时反应言语文本采集得出，服装造型是视觉艺术的第一要素，中国舞视频中服装多具华丽感，高发髻与长袖长裙的设计激起外国观众的好奇。其次，中国舞中造型的设计主要为中国水墨颜色，典雅、简约是带给外国人的主要印象。例如，《只此青绿》视频中，取材中国画《千里江山图》里石青石绿的颜色冲击给外国受众留下好奇与想象；最后，技术交互是中国舞得意成为反应视频素材的关键。统计发现，2021 年后全息互动技术向中国舞领域渗入，多维度跨场景的舞蹈影像打破外国受众对中国舞的传统认知，《舞千年》系列视频和河南卫视《唐宫夜宴》作品的呈现均使现实与虚拟场景的结合，方便海外观众对作品寓意的理解。

表 2　前十位高频关键词

表 3 前十位高频关键词

[4] 王云，马丽，刘毅 . 城镇化研究进展与趋势——基于 CiteSpace 和 HistCite 的图谱量化分析[J]. 地理科学进展， 2018，37(2):239 - 254.

序号	词条	频次
1	安静欣赏	71
2	着迷	41
3	惊叹	38
4	敬佩	37
5	分析	34
6	认真观看	29
7	鼓掌	28
8	回味	25
9	舞动	13
10	鸡皮疙瘩	4

Tab.2 Top 10 high-frequency keywords

序号	词条	频次
1	服装华丽	57
2	场景技术美	42
3	造型好看	37
4	动作难度大	35
5	颜色好看	31
6	音乐好听	30
7	表情感染力	29
8	故事感	26
9	演员长相好	21
10	灯光巧妙	17

Tab.3 Top 10 high-frequency keywords

结合该主题视频播放量反应视频（>8 万）的主要反应，并对关键词共现图谱及突显词分析结果进行归纳和聚类发现，该主题的拍摄动机主要集中在中国人推荐和自身对中华文化的喜爱，反应热点主要集中在服装造型、音乐节拍、视觉特效方面，并结合微表情形成动作技术精湛、不易理解、视觉华丽等主题方向。

（三）海外受众对中国舞的审美认知分析

1、霸权式解读：舞蹈解码下的视觉艺术

霸权式解读体现为对中国舞的认同，即获得外国观众的认可。通过外国人博主的立刻反应进一步分析发现，霸权式解读集中为两种解码类型：人物欣赏型和情感共鸣型。首先，人物欣赏型解读集中于对中国舞视频中演员长相、服装发型、色彩运用的肯定，和对中国舞的模仿和学习向往，甚至还有对摄像人员技术的认可。例如，“我也想穿上那样好看的裙子，好优雅”“The girl pretty cute(她好可爱)”“Beautiful（好美）”“I want to learn it (我也想学习中国舞）”“It`s hard to imagine how hard it is to dance underwater（难以想象在水下起舞有多难）”“The movements and dancers and their outfits were so beautiful, I'm mesmerized every time I watch it and I've watched it alot!（动作、舞者和他们的服装是如此美丽，我每次看都被迷住了，我看了很多次!）”。可以看出，受众对舞蹈本身是十分欣赏的，呈现出认同和赞赏的反应。其次，情感共鸣型体现在“看到她们在笑，我也想笑”“飘雪花感觉自己进入更深的感觉”“有一种醉仙的感觉”等评论，可见受众在观看中国舞视频的过程中，不自觉地被舞蹈打动，今儿联想到自身，最后实现情感共鸣。但是，有中国观众留言“这是把我看哭的作品”，

而海外受众的反应并没有类似表现，可见，这些共鸣当前在海外受众心中只处于较浅层面，尚未同中国人一样达到灵魂共振。

2、差异化解读：文化差异下的误读

差异化解读表现为受众对文本和符号不了解内涵意义的情况下，解读中国舞编码意图，呈现出对符号的相反解读。根据样本数据来看，差异化解读是不可避免的，缘由自不同文化背景下的理解力。差异化解读并不是对中国舞视频内容的否定，而是一种文化误读。例如在华外西班牙人@Noel 苏诺伊在看《踏歌》时，将演员发型中垂下的一缕发丝误以为是“假发掉下来了”，并不知道看似掉落的发丝实际上是编者刻意表现女子俏丽和媚悦。另一方面，中国舞是我国传统文化的延续，既包含民族民间特色又包含敦煌文化与戏曲武术的象征元素，神情和身韵是非常重要的两项内容，本身具备独特的审美要求。在样本数据中，外国人更看重中国舞中服装、道具、表情、肌肉、控制力、难度，与中国舞编排的叙事目的不同，留白、写意、呼吸、延伸感等元素并未被注意。相同地，传统文化的经典故事、历史背景、礼仪符号仍然是外国人理解中国舞的空白区域。这类源于文化差异的解读通过反应视频的方式直接呈现，也为后续掌握跨文化传播路径醍醐灌顶。

3、影像化解读：数字技术下的理解共鸣

全息拍摄技术以新的技术和文化方式重新打造了舞蹈场景的仪式感，带给受众逼真的在场。梅洛维茨（Carol Meyrowitz）在《地域的消逝》中指出：随着电子媒介（主要是电视）的快速发展，信息流动早已突破了物理空间和固定场所，电子媒介让人们从旧有的近距离场景，进入到一种跨越时间空间的宽广场景，其中生动而具体的内容使得普泛的文化价值观得以更快速的流动，原有的地域差异很可能会因此而消失。5依照这一思路，在样本分析中发现，全新的技术重新组织了表演环境，形成了崭新的场景系统，使得中国舞更具观赏性和娱乐性；其次，影像技术搭建了不同话语理解的桥梁，灯光、剪辑成为中国舞叙事的辅助语言，帮助受众理解作品概念。例如，“@jeandre reacts to Chinese dancer Tang Shiyi`s performance #dance #reaction”视频中，两位外海博主探讨视频中从想象场景切换到实景的意义，琢磨突然明亮与突然黑暗灯光切换所传递出叙事意义。因而技术进步下的场景系统才是形成海外受众从中国舞视频中获得满足的根基。

四、结论与讨论

（一）文化自信：顺应“环境”、强化“赞美”

[5] Meyrowitz, J. (1986). No Sence of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. New York: Oxford University Press.

树立高度文化自信是传播中国文化的根基，理性直面文化差异，方能百“战”不殆。习近平总书记强调文艺工作“不是食洋不化，要树立文化高度自信。”[6]当前中国舞在世界舞台中尚处于不被理解的“陌生文化”，内敛、含蓄的表达方式与海外直接的、热情的文化不一致，这是已经存在的事实。而中国舞源自于伟大而丰富的中华传统文化和民族文化，其内涵深刻，创作素材源源不尽，因此需要创作者树立高度文化自信就是树立民族自信，继承和发扬中华传统文化精神内核。西方文化的强势输出则对中国构成了严峻挑战，[7] 西方和日韩文化对中国青年的影响也颇深，而海外博主看中国舞的反应视频在一定程度上有助于提升中国青年一代的文化自信，这主要来自于其所产生的自我认同和民族认同。每当视频中“他者”表现出对中国舞的高度赞扬时，总会出现诸如“That's how good Chinese dance is!（中国舞就是这么厉害！）”“我泱泱大国会点轻功怎么了”“这支舞能打动我们更是她所承载的历史/文化/传承，是中华文明对人与自然的阐述和理解。可能对于外国朋友来说不太好懂。”这类评论。因此，中国舞对外传播的前提的是传播者自身高度的文化自信，充分理解和吸收本民族文化内涵，深化中华文明认同感，要善于发现、积极培养并合理引导青年群体，让他们向世界呈现充满感染力、创造力、生命力的中国舞。

（二）内容编排：深化造型特色，融创世界舞蹈的“共同想象”

当前文化交流的舞台上，中日韩文化具有极高的相似性，在中国语境差异大的国家中，很容易混淆中国文化和日韩文化，再加上不同国家间高低语境的不同，文化误读和文化认知差异在所难免。从样本数据来看，对造型和音乐的赞美之所以成为海外博主反应视频中评价做多的关键词，证实视觉符号和音乐符号是视听作品中与受众连接的最直接的要素，也是最能呈现中国舞文化特色的符号。因此需要保持并加大对服装造型的特色塑造，并配合文字或动作符号的介绍，帮助理解。

其次，传播中国舞需要融合海内外流行的文化符号和文化媒介，更新中国舞舞蹈编创方法，加大中华文化的传播力度。根据样本数据，融合现代舞和当代舞元素的中国舞更容易被海外观众接受，原因是中国舞中对于“气息”与“韵律”的讲究需要受众对中华文化有一定的熏陶背景，其本意难以理解需要仔细揣摩，而现当代舞蹈风格源自于海外，舞蹈更关注创作理念、情感与力量，更符合海外受众对舞蹈的理解和认知。如今舞蹈界有学者提出“现代中国舞”的概念是值得借鉴和深化的编创方式，简单说是通过现代化的理解，对中国舞进行创作性思维的编排，既有对社会、艺术、思想、情感环境的统一，又有传统舞蹈的深厚文化内涵寓于其中，是对传统中国舞的继承和革新，《只此青绿》是其风格的代表，它的对外传播的认可度也在一定意义上证明现代中国舞是值得坚持的思路。因此，在以海外受众为传播对象时，考虑“他者”接受度，融合共同元素，是中国舞跨文化传播中具有参考价值的一种舞蹈编创思路。

（三）受众本位：区分高低语境，善用“他者叙述”

---

[6]《习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》https://www.zysy.org.cn/article/4AD3dB89Iay

[7] 任成金、潘娜娜：《西方文化输出及其对我国文化自信的影响》，载《马克思主义研究》，2018 年第 2 期。

精准定位和分众化传播是跨文化传播中的重要方法，在中国舞的跨文化传播中也具有借鉴意义。“跨文化传播”的提出者爱德华·霍尔（Edward Twitchell Hall Jr）在《超越文化》(Beyond Culture) 里初次提出高低语境文化理论，他认为高语境频繁使用高语境信息的文化被认为是高语境文化(东方国家的文化)；而那些较少使用高语境信息的文化是低语境文化(西方国家的文化)。[8] 高语境国家享受直接的表达，更理解直接的情绪，例如民族民间舞中的秧歌、蒙古舞、维族舞情绪表达更为奔放热情，音乐节奏明显，情绪表达充沛，贴合高语境国家受众的审美；而对东方国家文化，古典舞、朝鲜舞等可以结合委婉的方式表达更具深刻含义的情绪。

另一方面，中国舞的跨文化传播需要“他者”叙述，以第三人视角配合传播。英国母子共同观看中国舞的视频中，英国年轻人会在反应视频开始之前做一段背景介绍，方便母亲和观众理解；中国人和外国朋友一起观看春晚舞蹈节目的视频中，中国人随时补充信息，方便外国朋友理解。由此可见，中国舞的欣赏有难度，需要理解能力。因此，在跨文化传播中，单靠外国人个人的理解力理解中国舞存在障碍，需要搭建文化沟通的桥梁，通过“第三人身份法”，用“身体在场”与外国建立人际关系，成为“他者”立场进行中国舞的认知叙述，讲好中国故事，传播中国声音。[9]在不同方面做到及时输出中国文化的特色，补充差异化信息。

（四）技术搭载：延伸场景边界，打造赏舞沉浸化

场景的既视感带给受众最逼真的在场。[10] 舞蹈不仅是一种传播符号，同时也受到呈现技术和内容构建的影响，在跨文化传播过程中，不同内涵的传播物，因自身技术逻辑和文化偏向的作用，深深影响着传播内容的呈现和效果，而现代化的视觉技术可以帮助外国人理解象征意义。美国社会学家凯文·霍根（Kevin Hogan）认为，“媒体形成的互动场景，能够产生一个有共同故事情节并在场景中植入共同文化的景观。”[11] 现阶段中国舞对外传播多为剧场、报道这类单一的、甚至是唯一的传播媒介，中国舞更深层次的内涵被掩盖，全息、动捕技术的进步，使中国舞的视频化方式不再是单一镜头的固定拍摄，而是全方位、多角度、跨媒介呈现舞蹈立意，搭建了共同理解空间，使观看体验更加舒适、理解更加容易。在本研究中，《唐宫夜宴》中舞台与虚拟场景的结合备受好评，《鲲》在水中拍摄成为最夺眼球的舞蹈作品，《洛阳神赋》明暗灯光的切换成为“最喜欢的作品”。因此，要根据不同立意的舞蹈保持技术搭载，打造具有多样性、艺术性、沉浸式的舞蹈作品，运用好多媒介、跨媒介的传播工具，培养适合在海外视频平台上生长的中国舞蹈作品，取得海内外不同审美下接地气、借科技、入人心的传播效果。

---

[8] 王潇冉：《跨文化视域下商务信函的翻译策略》,《品位·经典》 2022 年第 14 期，第 27-29 页。

[9] 冯薇、任华：《吴东英.短视频时代怎样向世界讲好中国故事——李子柒在 YouTube 平台上的跨文化传播策略研究》,《传媒》 2022 年第 16 期，第 65-68 页。

[10] 王建磊.如何满足受众:日常化网络直播的技术与内容考察[J].国际新闻界,2018,40(12):19-31.

[11] 凯文·霍根，詹姆斯·斯匹克曼场景说服的艺术：人际互动中对场景印象里[M].成静，译. 北京：新世界出版社，2016:29

参考文献

[1] 《习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》https://www.zysy.org.cn/article/4AD3dB89Iay

[2] 叶许婕,赵宇翔,张轩慧.Reaction视频的用户弹幕评论行为生成机制探索——基于认知-情感系统理论[J/OL].数据分析与知识发现:1-19[2022-11-29].

[3] 陈刚强、刘沛林，李映辉，等. 《经济地理》创刊以来的知识溢出特征与变化[J]. 经济地理，2020，40(2):1 - 12.

[4] 王云，马丽，刘毅. 城镇化研究进展与趋势——基于 CiteSpace 和 HistCite 的图谱量化分析[J]. 地理科学进展， 2018，37(2):239 - 254.

[5] Meyrowitz, J. (1986). No Sence of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. New York: Oxford University Press.

[6] 《习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》https://www.zysy.org.cn/article/4AD3dB89Iay

[7] 任成金、潘娜娜：《西方文化输出及其对我国文化自信的影响》，载《马克思主义研究》，2018年第2期。

[8] 王潇冉：《跨文化视域下商务信函的翻译策略》，《品位·经典》2022年第14期，第27-29页。

[9] 冯薇、任华：《吴东英.短视频时代怎样向世界讲好中国故事——李子柒在YouTube平台上的跨文化传播策略研究》，《传媒》2022年第16期，第65-68页。

[10] 王建磊.如何满足受众:日常化网络直播的技术与内容考察[J].国际新闻界,2018,40(12):19-31.

[11] 凯文·霍根，詹姆斯·斯匹克曼场景说服的艺术：人际互动中对场景印象里[M].成静，译.北京：新世界出版社，2016:29